



CORPORATE MANUAL

Visuelle Identität · Version 2026

Eine konsistente Gestaltung für die private Corporate Identity von Martin Luhm - digital, gedruckt und im Raum.

Leitfarben #94c01b · #565655 | Hausschrift Myriad Pro

01 Markenbild

Klar. Modern. Wiedererkennbar.

Das Corporate Design verbindet eine prägnante grüne Leitfarbe mit einem ruhigen Dunkelgrau, großzügigen Weißräumen und einer klaren Typografie. Das „M“ bildet den visuellen Anker. Die Gestaltung soll auf allen Anwendungen sofort als zusammengehörig erkennbar sein - ohne überladen zu wirken.

Gestaltungsprinzipien

Klarheit	Wenige, starke Elemente und eindeutige Hierarchien.
Konstanz	Logo, Farben, Abstände und Typografie werden wiederkehrend eingesetzt.
Digitalität	Die Gestaltung funktioniert gleichermaßen auf Bildschirm, Drucksachen und Beschilderung.
Privater Charakter	Das Erscheinungsbild repräsentiert eine persönliche Corporate Identity und keine kommerzielle Unternehmensmarke.



Beispiel: Tischaufsteller mit Logo, Leitfarben, Kontakthierarchie und Leitspruch.

02 Logo

Primärlogo

Das Primärlogo kombiniert das grüne „M“ mit dem Schriftzug „Martin Luhm“. Es ist bevorzugt auf Weiß oder sehr hellen, ruhigen Flächen einzusetzen.



Primärlogo - bevorzugte Standardanwendung.

Varianten



Schwarz/Grau-Variante



Wasserzeichen-/Dunkelgrund-Variante



Social-Media-Variante

03 Logo-Regeln

Schutzraum & Einsatz

Rund um das Logo ist ein freier Schutzraum einzuhalten. Als praktische Mindestgröße dient die Höhe des Kleinbuchstabens im Schriftzug beziehungsweise ca. 10 % der Logobreite. Innerhalb dieses Bereichs stehen keine Texte, Linien, Icons oder Bildkanten.

- ✓ Logo proportional skalieren.
- ✓ Auf Weiß bevorzugt die Primärversion verwenden.
- ✓ Auf Grün eine kontrastreiche, dafür vorgesehene Variante einsetzen.
- ✗ Logo nicht stauchen, strecken oder drehen.
- ✗ Keine neuen Farben, Schatten oder Konturen hinzufügen.
- ✗ Grünes Logo nicht auf ähnlich grünem Hintergrund platzieren.



Bitte keine Werbung einwerfen

Beispiel für großzügigen Weißraum und klare Logopositionierung.

04 Farbwelt

Die Farbe schafft Wiedererkennung.



Corporate Grün

#94c01b

RGB 148 / 192 / 27 · CMYK ca. 50 C / 0 M / 100 Y / 0 K



Corporate Grau

#565655

RGB 86 / 86 / 85 · CMYK ca. 0 C / 0 M / 0 Y / 80 K

Weiß ist die wichtigste Ruhefläche. Grün dient als Leit- und Akzentfarbe; Grau strukturiert Typografie, Linien und Flächen. Große Vollflächen in Grün werden gezielt eingesetzt, nicht inflationär.

Empfohlene Gewichtung: ca. 65 % Weiß · 20 % Grau · 15 % Grün. Je nach Medium darf das Verhältnis variieren.

05 Typografie

Myriad Pro

Myriad Pro ist die Hausschrift. Sie wird für Überschriften, Fließtext, Beschriftungen und digitale Anwendungen verwendet. Die Schrift wirkt sachlich, offen und modern und unterstützt die klare visuelle Sprache.

Aa Bb Cc 0123

Überschrift / Headline

Zwischenüberschrift und Hervorhebung

Fließtext: klar, ruhig und gut lesbar. Empfohlen sind großzügige Zeilenabstände und kurze Absätze.

Hinweis zur Produktionsdatei: Die verbindliche Hausschrift ist Myriad Pro. In dieser PDF-Erstellung wurde für neu gesetzte Manual-Texte eine metrisch ähnliche Systemschrift verwendet, da Myriad Pro in der Erstellungsumgebung nicht verfügbar war. Die hochgeladenen Originalgrafiken bleiben unverändert.

06 Grafische Sprache

Linien, Bögen, Flächen

Typisch sind grüne und graue Linien, angeschnittene Kreisbögen sowie geometrische Flächen. Sie rahmen Inhalte, ohne mit ihnen zu konkurrieren. Die Formen dürfen an Formatkanten auslaufen und schaffen so Dynamik.



Raumschild: Bogenelemente links unten, vertikale Farbachse rechts.



Bürokennzeichnung: gleiche Formensprache, andere Informationshierarchie.

07 Geschäftsausstattung

Briefbogen & Korrespondenz

Der Briefbogen arbeitet mit viel Weißraum. Logo und grüne Akzente definieren die Markenebene, während Grau die sachlichen Informationen trägt. Die Gestaltung bleibt auch bei längeren Schreiben ruhig und funktional.



Mockup der Korrespondenzmittel im Corporate Design.

08 Präsentationen

Ein System für Bildschirm und Vortrag

Präsentationen nutzen Weiß als Grundfläche, grüne Leitlinien und klar getrennte Informationsmodule. Diagramme und Kennzahlen sollen bevorzugt mit den Corporate Farben aufgebaut werden. Fotos erhalten ausreichend Abstand und werden nicht von Dekorelementen überlagert.



Corporate-Design-Präsentation mit konsistenten Folientypen.

09 Presse & Dokumentation

Pressemappe

Für redaktionelle oder dokumentarische Unterlagen wird die Gestaltung besonders reduziert eingesetzt: starke Titelfläche, klare Gliederung, definierte Textspalten und zurückhaltende Akzentboxen.

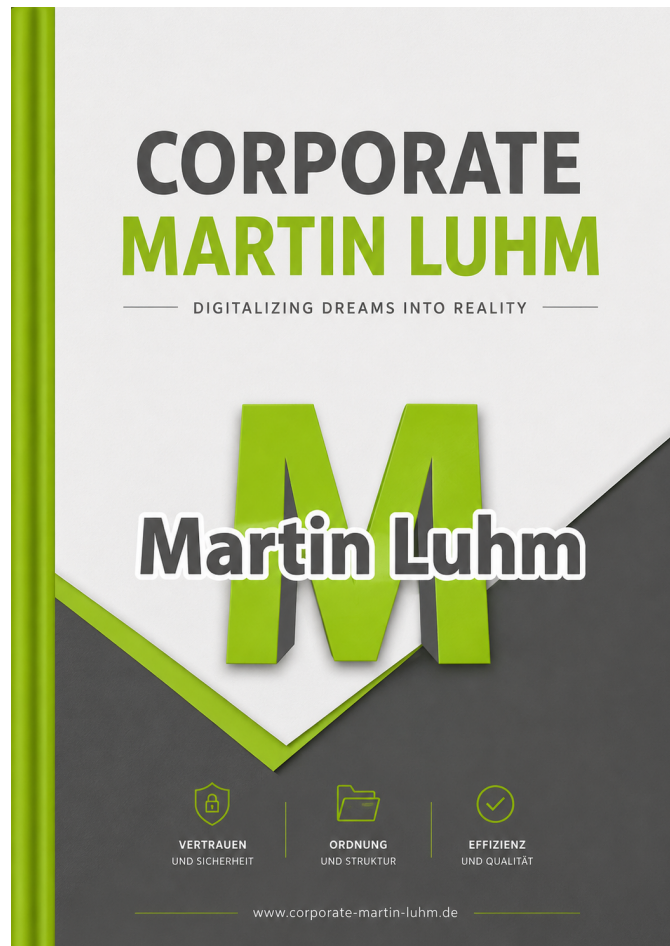


Pressemappe 2026 - Beispiel für Titel, Inhaltsseiten und Portalübersicht.

10 Publikationen & Print

Covergestaltung

Bei Publikationen darf die Markenwelt deutlich inszeniert werden. Das Logo bleibt jedoch eigenständig und darf nicht mit anderen Gestaltungselementen verschmelzen. Für Druckprodukte sind Beschnitt, Sicherheitsabstand und ausreichende Bildauflösung zu berücksichtigen.



Buchcover als markenprägende Printanwendung.

11 Orientierung & Raum

Beschilderung

Raumschilder und Informationsflächen folgen einem modularen Raster. Raumname beziehungsweise Funktion steht im Vordergrund; Logo und Raumnummer sind sekundär. Wiederkehrende Bögen und Farbbalken sorgen für Orientierung.



Büro M.7.11



Mehrzweckraum



Informationsschild



Klingelschild

12 Digital & Social Media

Reduziert für kleine Flächen

Auf kleinen Displays wird die Marke vereinfacht. Der grüne Hintergrund und die kompakte Logovariante erzeugen auch bei kleinen Profilbildern eine hohe Wiedererkennbarkeit. Inhalte müssen im Zentrum ausreichend frei bleiben.



Social-Media-Profil



Smartphone-Anwendung



Wasserzeichen

13 Anwendungsübersicht

Ein Design - viele Formate

Die hochgeladenen Anwendungen zeigen, wie die Grundelemente über Medien hinweg zusammenwirken. Entscheidend ist nicht die identische Anordnung, sondern die konsequente Wiederholung der Markenbausteine.

Medium	Priorität	Typischer Einsatz
Brief / PDF	Weißraum + klare Hierarchie	Korrespondenz, Dokumente
Präsentation	Raster + grüne Akzente	Vorträge, Projektübersichten
Pressemappe	Titelwirkung + Struktur	Information, Dokumentation
Raumschild	Lesbarkeit + Codierung	Orientierung
Social Media	Kompaktes Logo + Kontrast	Profil, Posting, Wasserzeichen
Printprodukt	Markenwirkung + Produktionssicherheit	Buch, Aufsteller, Schilder



Weitere Anwendung: Informations- und Tischaufsteller.

14 Qualitätscheck

Vor jeder Veröffentlichung

- Ist das richtige Logo für den Hintergrund gewählt?
- Sind #94c01b und #565655 die dominierenden Markenfarben?
- Wird Myriad Pro verwendet?
- Bleibt ausreichend Weißraum um Logo und Inhalte?
- Sind Logo und Bilder proportional und hochauflösend?
- Sind Grün-in-Grün-Konflikte vermieden?
- Sind Linien, Bögen und Farbbalken konsistent eingesetzt?
- Ist die Informationshierarchie auf einen Blick verständlich?
- Sind Druckdaten mit Beschnitt und Sicherheitsabständen vorbereitet?

Corporate Design ist dann erfolgreich, wenn einzelne Anwendungen unterschiedlich sein dürfen - und trotzdem sofort als Teil derselben visuellen Identität erkannt werden.



**CORPORATE
MARTIN LUHM**

Corporate Manual · Version 2026
Leitfarben #94c01b / #565655
Hausschrift Myriad Pro

Digitalizing dreams into reality